数字新媒体环境下的纸质媒体发展举措探索

摘　要：在数字化时代中，纸质媒体的发展受到了一定的冲击，这已经是不可扭转的事实。但是纸质媒体内容价值，以及品质传播的魅力始终不会被削弱。在新媒体“疯狂式”的发展局势中，纸质媒体若能够表现出分化型发展态势，并深入挖掘自媒体优势与存在的价值，也能够获得广阔的发展空间。

关键词：数字新媒体；纸质媒体；发展策略；方向研究
中图分类号：G206　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2017）12-083-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.01.020

■文 / 孟德宇

在信息时代中，平板电脑、智能手机等电子设施得到了广泛应用，符合现代社会中人们快节奏的生活需求。数字新媒体的普及应用，势必会使报纸、杂志、书籍这类纸质媒体受到一定冲击。为了使纸媒这一传统媒体免受消逝灾难，新媒体环境下，纸质媒体探寻“复苏”的行径就显得尤为必要了[1]。基于此，本文对数字新媒体环境下的纸质媒体正确的发展方向、发展策略进行深入研究，做出较为详细的论述[2]。

1. 概述纸质媒体与数字新媒体之间存在的差距

1.1 生产方式滞后性

具体体现在纸质媒体在生产过程中耗费了大量的木材与水资源，同时有大批量的废水、废气产出，这对土壤、水、空气等造成了恶劣影响，阻碍了社会可持续发展进程。

1.2 国内报业经营方式与盈利模式缺乏完善性

迄今为止，中国报业还没有建设出成熟型产业链条，离经济市场主体领域还存在很大距离，报业市场效益长期处于低迷状态，竞争实力淡薄，赢利模式单一。有关资料显示，之前的十年我国就有 20 家日报业跻身于世界日报发行量百名榜，与日本并列于首位，但是我国 20 份日报在全国日报发行总量中不足 25%，与德、英等发达国家之间存在悬殊性，由此可见我国报业发展之路任重道远[3]。

1.3 机制上存在的缺陷

在经济市场改革发展的进程中，国内报业在市场中也拥有着一席之地，但是惰性化的机制渗透于改革历程中，衍生出很多问题，常见的有产权缺乏明确性、奖罚体制好似纸上谈兵等。总之，因为机制上存在的弊端，制约了数字新媒体环境下纸质媒体转型发展的进程。

2. 数字新媒体环境下纸质媒体的转型

2.1 分化趋势

“优胜劣汰，适者生存”这一理论蕴含着深刻的哲理，纸媒要想实现可持续发展，就必须冷静而全面审视新媒体环境，根据经济市场运行的模式，从而探寻出与自身情况、生存能力、竞争实力、资源储量相匹配的发展路径。有研究学者提出“今后纸媒的发展趋势不是融合，而是分化”这一观点，笔者对这一观点进行深度思考，进而做出如下论述。

首先，假设纸媒与平板电脑、ipad、智能手机等新媒体融合，那么在磨合交融的过程中，传统媒体与新媒体双方都要做出一定“让步”，此时势必会削弱纸媒的特色与优越性，所以说数字新媒体环境下纸质媒体选择融合发展的途径是不可取的。其次，在社会格局不断变化的进程中，纸媒很可能不能满足读者的主观需求，以及时代发展的需要，但是，如果其践行分化这一发展模式，进化出来的某一分支生存与蔓延的几率还是很大的，甚至是茂盛发展，例如免费报纸的发行，将自体特有的优势凸显出来，这也是对经济市场细分法规践行的产物，当然市场细分法则适用于任何类型传媒[4]。最后，纸质媒体的分化形式不单单是在内容方面有所体现，传媒形态、信息传输路径、赢利形式上均可以实施分化举措。

新媒体环境下纸媒选择分化的发展形式，将自体得天独厚的优势全方位彰显出来，这与不同细分市场发展需求相匹配。而分化过程也就是纸媒实力强化的进程。分化可以被视为纸媒向新媒体转型的一种特殊形态，其用“分众化思路”将“大而广思路”取而代之，达到了短小精悍的效果，提高对有限资源的应用效率，资源之间也实现共享、协同配合的目标，最终使纸媒在数字新媒体环境下运转效率与竞争实力同步增强。

2.2 发挥特长

在新媒体环境中，纸媒在信息提供量与传播速度上无法与平板电脑、手机等高端设备相提并论，但是其在择选与精炼信息上彰显出巨大的优势，从而使用户享受最为丰富的“信息盛宴”。当今时代中，人们追求的是信息的真实性与实用性，纸质媒体在发展的进程中，不仅有能够对信息准确识别的能力，还应该拥有自主提供与创新信息、创造专题的技能。

在新媒体环境中，一些具有前瞻性特点的纸媒的运行与发展进程中，并没有遇到厚重的屏障，互联网很难从根本上

取代专业性杂志的信息资源在传输上的特色，例如阅读审美观、内容细化程度、价值情趣等，并且部分杂志社均与撰稿人存在长期的合作关系，他们或是专业人士或是某一领域的知名人士，此时他们带领着纸媒产品引领着社会思考与舆论的潮流，其与那些网络热门话题相比，并不是“柔弱者”。在数字新媒体环境下，纸媒的发展要着眼于自体优势，做到扬长避短，切忌见异思迁。在发挥自体特长的同时，兼顾新媒体的优越性，探寻多元化的信息传播体制，从而达到延展自体覆盖领域的目标，厚积薄发，建设彰显品牌特色的资源库。

3. 挖掘内容价值

在数字新媒体的大局中，繁杂化的信息资源给受众群体带来了“乱花渐欲迷人眼”的感受，使他们的注意力朝着分散化的方向发展。此时他们需要的是在快节奏的生活状态中，在最短的时间内搜集到最具实效性的信息，这也是谷歌、百度产生的催化剂。因为人们需要的是具有权威性、可信度高的信息源，这都为纸媒带来了发展的春天，也就是说纸媒基于传统形态摸索出新的升值空间，而为了强化纸媒在内容上的生产力，在新媒体环境下，应该践行以下两个发展方向。

3.1 建立健全公信力

这种公信力可能起源于权威性内容，也可能出自专业化的分析见解，或者是一些具有参考价值数据信息的汇总。最具代表性的是《纽约时报》，其依靠自体的公信力，建设并完善 About.Com 这一知识问答型平台，在专业与知名人士的辅助下，在多个范畴内树立自体话语权的权威性，比如说家务、育婴、宠物领域等，与此同时在使用者大量汇聚的局势中，精准广告也渗透进该平台，使平台在运行的进程中获得更大的效益。

3.2 差别化服务

这里笔者以《华尔街日报》为对象进行论述，作为传统报业，在新媒体环境下其另辟蹊径，采用向用户收费的发展模式。该报业将大批量的免费型资讯融进配套网站中，但是如果用户想获得更独特、更具参考价值的信息，可以通过缴纳费用的形式去达到上述目标，有时候可以获得购买某一权威性主题研究报告产品的权利。有调查资料证实，某些领域的用户不反对这种与经济利益直接挂钩的差别化发展对策。那么，由此我们可以间接地推测出在数字新媒体环境下，纸媒要想尽可能的少受新媒体的冲击，并实现向新媒体领域靠拢的目标，在免费型服务的基础上附加增值收费这一内容，也是极为可取的发展对策。

4. 积极进行体制改革的发展举措

在上个世纪 70 年代末期，“事业单位企业化管理”这一基本政策在国内报业中大力推行。时隔 20 年，“集团化管理风”又在中国报业领域引起了不容忽视的效应，但是上述努力均没能够把报业推向市场主体的位置。那么，在新媒体物欲横流的环境中，卸下权威性的“面具”，赋予纸质媒体更多的自主权，才能推动其演变成市场主体的历程。

纵观国内报业运行与发展的历程，发现竞争意识不强烈依然是阻碍其有效发展的要素，一旦在制作、销售或者是运营等环节与预期目标之间存在偏差，就会不加思索的打起了“价格战役”，或者是想方设法的去谋求政府机关的庇护，这均不利于纸媒成为真正的市场主体。基于这种情况，在数字新媒体环境下做好对体制改革的工作是刻不容缓的，放下权利，将责任落实到个人，也就是推行领导责任制，这是从根本上医治国内报业政事交叉、企政交叉、管办交叉的问题。在新媒体环境中，纸媒依然承担着传播正向舆论、保护社会安全性与稳定性的伟大职责，那么相关体制在新媒体环境下改革的进程中，始终要有高超的政治敏锐性，不能与国家下达的政策条例相违背。在此基础上，以新闻内容为核心，把读者资源、版面资源、行业资源衔接在一起，构建纸媒产业链条，有效的处理好纸质媒体采编、广告、发行三者之间的关系，并最大限度的挖掘三大要素中涵盖的实效性资源，使其衔接更具紧凑性，让纸质媒体在数字新媒体环境下，将资源优势淋漓尽致的彰显出来，为健康、有效、创新发展奠定基础。

5. 结束语

由全文整体的论述我们了解到，在新媒体环境下纸媒发展受到了不小的冲击，甚至是碾压，但是其还是应该积极探索“内容”与“形式”等方面的蕴意，始终将自体视为信息的研发者，对产品实施创新措施，对内容价值进行重塑，从而使原创的“内容”演变成用户导向“产品”。并从产品形象、用户理念、社会合作化思维等众多角度出发，为纸媒在数字新媒体环境下谋得更大的生存与发展空间。媒

参考文献

[1] 冷启迪 . 新媒体冲击下的纸质媒体生存发展分析 [J]. 新闻研究导刊，2015（07）：246.

[2] 母晓文 . 数字新媒体与纸质媒体融合下的出版探析 [J]. 科技视界，2015（13）：55，57.

[3] 夏春木 . 新媒体环境下纸质媒体的价值思考 [J]. 科协论坛（下半月），2013（04）：147-148.

[4] 王小全，王恒明，顾乐希，许静 . 新媒体环境下阅读引导与数字目录学协同推进的发展创新 [J]. 图书情报工作网刊，2012（10）：1-11.

（作者单位：大庆油田报经济编辑部）